

# Bachelorarbeit 2015 - Anja Frigger - Business Management, Schwerpunkt Tourismus,- Hotel-, und Eventmanagement

## 1. 1. Wozu gehört Ihr Reisebüro? \*

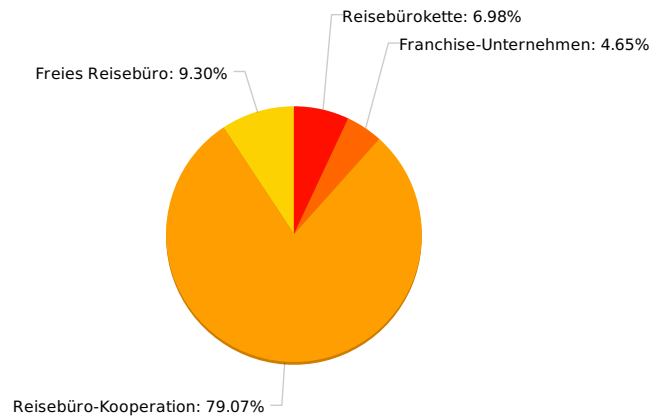
Anzahl Teilnehmer: 43

3 (7.0%): Reisebüro-kette

2 (4.7%): Franchise-Unternehmen

34 (79.1%): Reisebüro-Kooperation

4 (9.3%): Freies Reisebüro



2. 2. Welche Arten von Reisen verkaufen Sie hauptsächlich? Und wo? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

	Mittelstrecke	Fernreisen
klassische Pauschalreise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spanien</li> <li>- ca. 40%</li> <li>- PMI,AYT,HER,FUE,LPA,ACE,TFS</li> <li>- komplettes Mittelmeer</li> <li>- Alles</li> <li>- Alles</li> <li>- Ägypten</li> <li>- DerTouristikKöln TUI ALL</li> <li>- Spanien</li> <li>- ja</li> <li>- X</li> <li>- Mallorca</li> <li>- Balearen, Kanaren, Griechenland</li> <li>- pmi, Griechenland, Kanaren,Türkei</li> <li>- x</li> <li>- Spanien,Türkei</li> <li>- Spanien, Griechenland, Türkei, Italien</li> <li>- Balearen, Türkei, Griechenland, Kanaren, Ägypten</li> <li>- Kanarische Inseln</li> <li>- Europa, Mittelmeer, Afrika, usw.</li> <li>- ja</li> <li>- Mallorca</li> <li>- ja</li> <li>-</li> <li>- Griechenland,Türkei,Spanien,Marokko,Portugal,Ägypten</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Türkei, Spanien</li> <li>- wir vermitteln !!! Türkei, Sapanien, Griechenland</li> <li>- türkei</li> <li>- Mallorca, Türkei</li> <li>- ja</li> <li>- x</li> <li>- Spanien, Türkei</li> <li>- Spanien, Türkei</li> <li>- spanien,</li> <li>- viel</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Spanien , Türkei , Griechenland</li> <li>- Spanien</li> <li>- Türkei</li> <li>- Kanaren</li> <li>- Mittelmeer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mauritius</li> <li>- ca. 20%</li> <li>- PUJ,VRA,HKT,JFK,MIA</li> <li>- Karibik, Thailand...</li> <li>- Alles</li> <li>- alles</li> <li>- keine</li> <li>- DerTouristik FRA</li> <li>- Thailand</li> <li>- ja</li> <li>- X</li> <li>- Dom. Rep.</li> <li>- V.A.E., Mauritius, Malediven</li> <li>- Karibik</li> <li>- x</li> <li>- Asien,Karibik</li> <li>- Thailand, Malediven, Indischer Ozean</li> <li>- Maldivien, Sri Lanka, Karibik (Dom. Rep.)</li> <li>- Thailand</li> <li>- weltweit</li> <li>- ja</li> <li>- Dom. Rep.</li> <li>- ja</li> <li>- Dom.Rep,</li> <li>- Mexiko,Kuba,Thailand,Bali,Aruba,USA</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Asien, Karibik</li> <li>- Karibik, USA, Fernost</li> <li>- mauritius</li> <li>- Karibik, Asien</li> <li>- ja</li> <li>- Karibik, Asien</li> <li>- Dominikanische Rep., Malediven</li> <li>- thailand</li> <li>- viel</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Thailand</li> <li>- Karibik</li> <li>- Mauritius</li> <li>- Karibik</li> </ul>
Bausteinreisen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marokko</li> <li>- ca. 10%</li> <li>- LON,BCN,FCO</li> <li>- Malta, Städte</li> <li>- Alles</li> <li>- alles</li> <li>- Keine</li> <li>- DERToursitik FRA TUI</li> <li>- Spanien</li> <li>- ja</li> <li>- X</li> <li>- Frankreich</li> <li>- Italien, Südspanien, Portugal</li> <li>- Marokko, Spanien, Städte</li> <li>- x</li> <li>- Weltweit</li> <li>- Spanien Festl., Balearen, Kanaren...</li> <li>- Städtereisen</li> <li>- Europa, mittelmeer usw.</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thailand</li> <li>- ca. 10%</li> <li>- SYD,CPT,MIA</li> <li>- USA, Asien, Australien,---</li> <li>- Alles</li> <li>- alles</li> <li>- Asien</li> <li>- DER Touristik FRA</li> <li>- USA</li> <li>- ja</li> <li>- X</li> <li>- Thailand</li> <li>- Südafrika, USA, Kanada, Thailand</li> <li>- Asien, USA, Australien,</li> <li>- x</li> <li>- Weltweit</li> <li>- USA, Kanada, Australien</li> <li>- Asien, Karibik, Australien, Neuseeland,</li> <li>- Hawaii</li> <li>- USA</li> <li>- weltweit</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spanien, Portugal</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Europa</li> <li>- Europa rund um das Mittelmeer</li> <li>- mallorca</li> <li>- Städtereisen,</li> <li>- ja</li> <li>- Spanien, Türkei</li> <li>- keine</li> <li>- spanien</li> <li>- viel</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- USA Australien</li> <li>- keine</li> <li>- Portugal</li> <li>- Mittelmeer</li> <li>- Mittelmeer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Asien, Orient</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Asien, USA</li> <li>- siehe klassische Pauschalreise</li> <li>- usa</li> <li>- Asien, USA</li> <li>- ja</li> <li>- x</li> <li>- Karibik, Asien</li> <li>- Australien</li> <li>- thailand</li> <li>- viel</li> <li>- ja</li> <li>- ja</li> <li>- Sri Lanka</li> <li>- Thailand</li> <li>- Südafrika</li> <li>- USA und Asien</li> </ul>
selbst veranstaltete Reisen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine</li> <li>- ca. 10%</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Spanien</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- x</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Italien</li> <li>- keine</li> <li>- wenige</li> <li>- keine</li> <li>- NEIN</li> <li>- keine</li> <li>- Keine</li> <li>- Kreuzfahrten</li> <li>- venedig</li> <li>- Gruppenkreuzfahrten</li> <li>- ja</li> <li>- wenige</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- ja</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asien</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Thailand</li> <li>- keine</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> <li>- X</li> <li>- Thailand</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- x</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- nein</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- oman</li> <li>- ja</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- ja für Königreich Bhutan</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Oman</li> <li>- Thailand</li> <li>- keine</li> </ul>
Business-Reisen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine</li> <li>- ca. 10%</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Italien</li> <li>- keine</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- keine</li> <li>- Keine</li> <li>- keine</li> </ul>

- X
- Keine
- keine
- Städte europaweit
- x
- Eurpoa
- keine
- keine
- UK
- weltweit
- keine
- keine
- Deutschland
- ja
- keine
- Keine
- Europa
- barcelona
- kaum
- ja
- wenige
- keine
- keine
- spanien
- wenig
- keine
- ja
- Spanien
- keine
- Städte
- wie soll ich da Ziel eintragen?

- X
- Keine
- keine
- x
- singapur
- keine
- keine
- Boston, USA
- weltweit
- keine
- keine
- USA
- ja
- keine
- Asien, USA
- wenige
- buenos aires
- ja
- keine
- keine
- china
- wenig
- keine
- ja
- keine
- USA
- keine
- wie soll ich da Ziel eintragen?

3. 3. Seit wann gibt es Ihr Reisebüro? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

- 2013
- 1989
- 1992
- 01.01.2015
- 2003
- 1995
- 2013
- 2007
- 2008
- 2012
- 1989
- 1990
- 1985
- 25 Jahren
- 2004
- 1996
- seit über 50 Jahren
- 1998
- 1989
- 2004
- 1971
- 15 Jahren
- 1995
- 1995
- 1980
- 1985
- 1998
- 1964
- 1984
- 1984
- 1988
- seit 30 Jahren am Ort
- 1966
- 1989
- 1992
- 2012
- 1967
- 23 Jahren
- 1990
- 1993
- 1979
- 1995
- 1929

4. 4. Wie viele Mitarbeiter sind bei Ihnen tätig? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

- 4
- 14
- 4
- 1
- 7
- 7
- 3
- 3
- 3
- 2
- 8
- 6
- 3
- 8
- 100
- 4
- 4
- 3
- 9
- 1
- 6
- 5
- 6
- 4
- 4
- 2
- 4
- 7
- 2
- 3
- 5
- 5
- 2
- 3
- 2
- 3
- 5
- 12
- 1
- 5
- 11
- 7
- 4

5. 5. Aufgrund welcher Kriterien wählen Sie den Reiseveranstalter aus? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

25 (58.1%): Preis

42 (97.7%): Produkt (Welches Produkt passt am Besten zu den Anforderungen der Kunden?)

34 (79.1%): Provision (Basis- und Staffelp provision)

9 (20.9%): Mindestumsätze

26 (60.5%): Service / Ansprechpartner

3 (7.0%): Inkasso (Direkt oder Agenturinkasso)

3 (7.0%): Verkaufsförderungsmaßnahmen

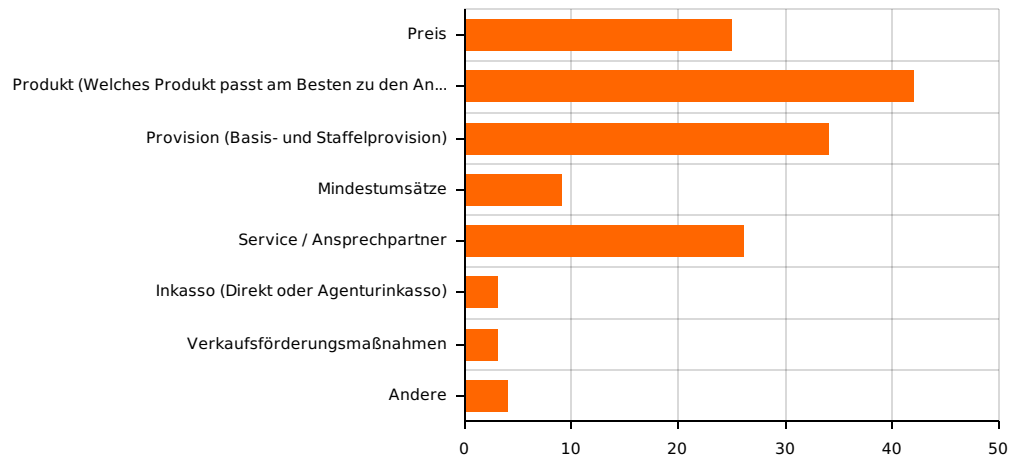
4 (9.3%): Andere

Antwort(en) aus dem Zusatzfeld:

- geringe Reklamationsquote, schnelle und gute Erreichbarkeit des Service-Centers, professioneller Umgang mit Reisebüros
- Seriösität
- 

Zuverlässigkeit, Partnerschaftliche Zusammenarbeit

- min 10% Prov ab 1. Buchung



6. Was ist Ihnen besonders wichtig bei der Zusammenarbeit mit einem Reiseveranstalter? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

- Fairness, Hilfe beim Verkauf durch gute Fachinfos
- Qualität bei der Abwicklung, gutes Preis Leistungsverhältnis der Reisen, partnerschaftliches und fairer Umgang von VA und VM
- ein gutes Vertrauensverhältnis !!!
- gegenseitige Wertschätzung, faires miteinander
- vorzeigbarer reisekatalog indem alle Infos auch enthalten sind
- keine Belehrungen
- man braucht kein Studium, um die Provisionen zu verstehen
- dass ich mich auf den Veranstalter verlassen kann
- gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Verkaufunterstützungen, auch mit give-aways und werbekostenzuschüsse
- flexible Zusammenstellung von Terminen, Abflughäfen, Aufenthaltsdauer, Hotels usw.
- Gute Provision, niedrige Reklamationsrate
- Persönlicher Ansprechpartner, faire Provisionen, Infoveranstaltungen und Unterstützung des RB
- Faire Provision, umfangreiches Sortiment, kompetente Mitarbeiter in den Service Centern und im Zielgebiet
- Loyalität
- eine faire Vergütung für unsere geleistete Arbeit, sowie kein Abschöpfen von Kundendaten für Eigenwerbung der Veranstalter
- Gut geschulte Mitarbeiter im Servicebereich, die nicht nur die reine Technik kennen, sondern einen wirklichen touristischen Hintergrund haben.
- Betreuung durch geschulte Außenmitarbeiter.
- Zügige Reklamationsbearbeitung, sollte es zu Reklamationen kommen.
- Vertrauen und Kompetenz
- telefonische Erreichbarkeit und Kompetenz
- Guten Ansprechpartner für Reisebüros, schnelle Hilfe
- guter und zuverlässiger Ansprechpartner
- Zuverlässigkeit
- Qualität
- Zuverlässigkeit, gute Erreichbarkeit, auskömmliche Provision
- Gute und auskömmliche Provisionen (ab 10%), Verlässlichkeit, kompetente Ansprechpartner, Transparenz, Ehrlichkeit, d.h. unsere Kundendaten werden nicht für Direktkontakt genutzt, interessantes Produkt - auch Nischenprodukte - weg vom üblichen Pauschalreiseangebot....
- Persönlicher Ansprechpartner, schnelle Reklamationsabwicklung
- kurze Wartezeiten in Hotlines
- persönliche Ansprechpartner, gutes zielgebiets-/produktwissen, unterstützung bei der beratung+abwicklung!
- anständige, wertige Reiseunterlagen, der RV geht auf sonderwünsche ein,
- zuverlässiges Produkt
- auskömmliche Provision
- unkomplizierte und schnelle Abwicklung bei Problemen/Fragen
- solide und faire provisionsvergütung ab 10%
- geringe reklamationsrate
- geschulte ansprechpartner
- flexibilität und kundenorientiertes denken ( zb. möglichkeiten von optionen,umbuchungen ohne horrende gebühren,kinderermässigungen,)
- "leichte" buchbarkeit über die systeme - mögl. toma und nicht via internet,da hier die backofficesytme nicht greifen
- fairness in der zusammenarbeit
- kompetente Ansprechpartner, einfache Buchungsabwicklung, gute Provision
- Fachkundiges und gut erreichbares Personal.
- Ein Produkt, welches gerne verkauft werden kann.
- gutes Produkt, Zuverlässigkeit, gute Provision
- Kompetente Ansprechpartner, Servicebereitschaft, Kulant, gute Erreichbarkeit
- Verlässlicher Partner, Ansprache muß problemlos möglich sein.
- gute zusammenarbeit, geben und nehmen
- Gute Erreichbarkeit, kulante Zusammenarbeit zwischen RB und RV, Flexible Änderungen, bzw. Umbuchungen bei



#### Flugzeitenänderungen

- Gute Erreichbarkeit bei Fragen, Problemen etc. und schnelle und flexible Reaktion darauf. Einfach verständliches CRS für eine schnelle Arbeit.  
Bei Gruppenreisen ein bis zwei feste Ansprechpartner, die im Thema sind.
- 100%ige Verlässlichkeit in Bezug auf Qualitätsversprechen - auch nach der Reise bei etwaigen Mängeln!
- Zuverlässigkeit, Kundenservice
- Mindestprovision 10%, Seriosität/Qualität, Zuverlässigkeit  
Angebotserstellung
- Service, Provison, Produkt
- - niedrige Mindestumsätze
  - faire Provision
  - gute Produkte
  - Zuverlässigkeit
- Das regelmäßig eine Außendienst vorbei kommt damit man sich kennt und einen persönlichen Kontakt hat.
- Produktkenntnisse der Mitarbeiter
- gute Telefonische Erreichbarkeit , gute Fachkenntnisse
- das der Reiseveranstalter keine Kunden abwirbt
- Ansprechpartner
- Loyalität und Hilfe
- Vertrauen, einfache klare Provisionsregelung, Respekt

7. 7.1 Welche Verkaufsförderungsmaßnahmen nutzen Sie von einem Reiseveranstalter? - Auf das Verkaufspersonal ausgerichtet \*

Anzahl Teilnehmer: 43

36 (83.7%):

Informationsveranstaltungen

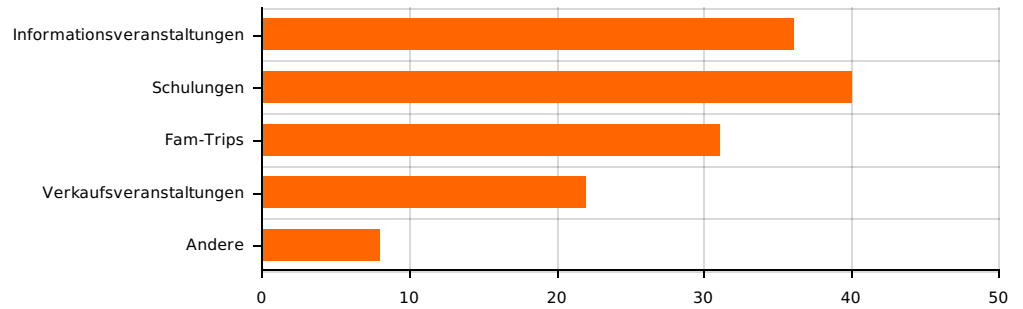
40 (93.0%): Schulungen

31 (72.1%): Fam-Trips

22 (51.2%):

Verkaufsveranstaltungen

8 (18.6%): Andere



Antwort(en) aus dem  
Zusatzfeld:

- e Learning / Online Schulungen
- CRS- und Katalogschulungen
- E-Learningangebote
- webinare
- newsletter,extranet,kataloge
- Seminarreisen
- Inforeisen
- Gespräche mit Außendienst

8. 7.2 Welche Verkaufsförderungsmaßnahmen nutzen Sie von einem Reiseveranstalter? - Auf das Reisebüro ausgerichtet \*

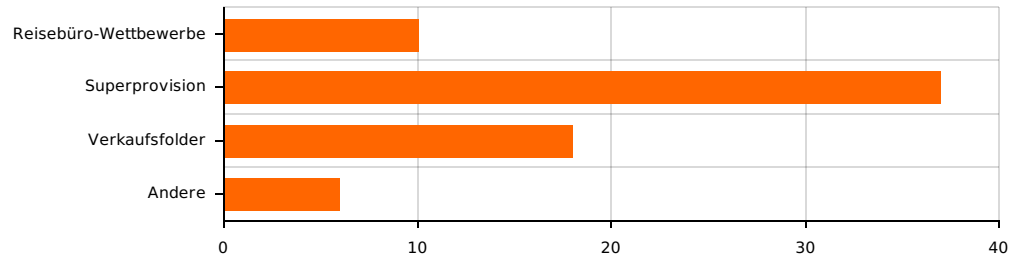
Anzahl Teilnehmer: 43

10 (23.3%): Reisebüro-Wettbewerbe

37 (86.0%): Superprovision

18 (41.9%): Verkaufsfolder

6 (14.0%): Andere



Antwort(en) aus dem  
Zusatzfeld:

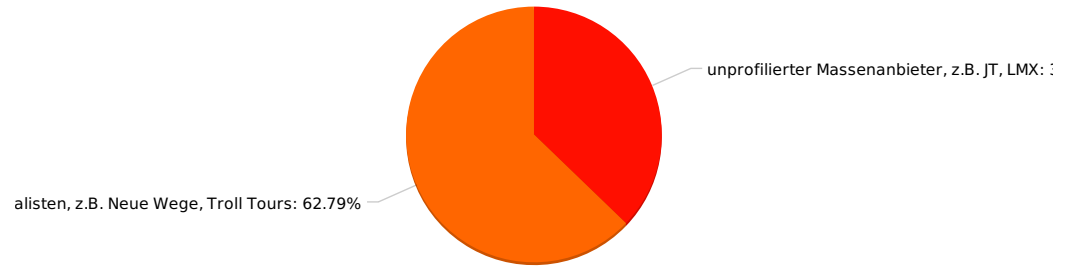
- Keine
- Die Verkaufsförderungsmaßnahmen sind nicht so wichtig für mich, das Produkt MUSS für meinen Kunden passend sein!
- Kataloge
- keine
- Endkunden-Infoabende
- Deko aber nur wenn provisionstechnisch erzwungen

9. 8. Welche Art von B2C- Reiseveranstalter hat die besten Chancen in den stationären Reisebürovertrieb einzusteigen? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

16 (37.2%): unprofiliertes  
Massenanbieter, z.B. JT, LMX

27 (62.8%): Spezialisten, z.B.  
Neue Wege, Troll Tours



10. 9. Welche Art von Reisen fehlen konkret in Ihrem Reisebüroprogramm? \*

Anzahl Teilnehmer: 40

- anisch gibt es alles, lasse mich aber gerne überraschen
- Nischenprodukte wie z.B. Reisen für Veganer, Single-Gruppenreisen, Yoga-Reisen usw.
- keine
- /
- Bahn, Bus, Gruppenreisen, Incentives
- Keine
- Studienreisen, Gruppenreisen
- Spezial Veranstalter für Alleinreisende, Familienurlaub im Inland, zb Bauernhöfe
- Single Reisen
- keine
- keine
- Unser Reisebüro ist breit gefächert. sodass wir jeden Anbieter im Programm haben und buchen könnten und zusätzlich im Bereich Veranstaltung tätig sind im Bereich Asien und VAE.
- Singlereisen
- da unsere Agentur eine Gruppenabteilung, Geschäftsreisen und Privatreisen zur Verfügung haben, sind wir abgedeckt
- Keine
- -
- Singlereisen, wobei wir mit Adamare schon eine Partner zur Seite haben. Jedoch ist das noch nicht richtig greifbar, ich kann meinem Kunden nichts an die Hand geben, außer das, was im Internet steht. Da ist die Gefahr, dass er dann einfach dorthin abwandert...

Seglerreisen

- Keine
- Behinderten-/Rollstuhl Reisen,
- keine
- JT ist ein guter uns zuverlässiger reisebüropartner!!

Spezialisten wie Single Reisen, deswegen willkommen Adamare, Kreativangebote zb. Mal, Töpfer, Foto Kurse, Behindertenreisen, Familienstädtereisen, Familienrundreisen, Alternativen zu Vamosreisen,

- Single Reisen, Senioren Reisen
- Eigentlich keine...
- Singlereisen
- Keine
- by the way, JT ist kein unprofiliertes Massenanbieter, in dem Zielgebiet VAE agiert Frau Taylor in der Tat als Spezialistin !
- keine
- z.B. Angelreisen
- Durch die Unterbuchungsmöglichkeit bei der BEST RMG haben wir bereits viele Möglichkeiten, auch kleinere Nischen-VA zu buchen. Single-Reisen könnten noch etwas stärker angeboten werden, da dieser Markt wächst.
- Es gibt alles - und wenn nicht, bauen wir es zusammen!
- Single-Reisen, Senioren-Reisen
- Theoretisch der Spezialist, aufgrund unserer Größe aber in der Praxis der Massenanbieter, wenn so aktiv in der RB Akquise wie z.B. JT
- keine
- Tauchreisen  
Schiffcharter im mittleren Preissegment in Feriengebieten wie z.B. Mallorca
- Angelreisen
- Bahn, Fähren diese haben wir aber bewusst ausgemusstert
- Länderspezialisten, Behindertenreisen, Randgruppen wie beispielweise Chöre, Kochgruppen etc.
- Single-Reisen  
Segeltörns
- Behindertenreisen  
Seniorenreisen

Alleinerziehende mit Kindern

- Incentives

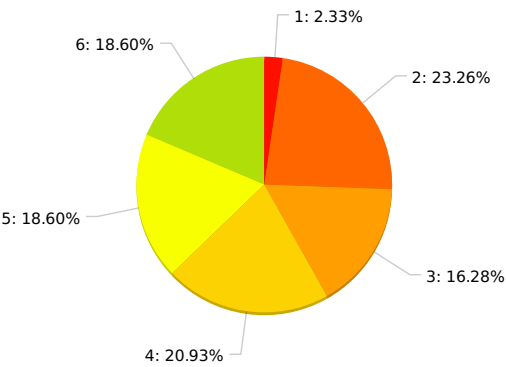
Nischenprodukte

- aktuell keine mir bekannte

11. 10.1 Hat ein bereits bestehender B2C- Reiseveranstalter mit hochwertigen und beratungsintensiven Produkten eine Chance seine Reisen bei Ihnen im Reisebüro erfolgreich zu vertreiben? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

- 1 (2.3%): 1
- 10 (23.3%): 2
- 7 (16.3%): 3
- 9 (20.9%): 4
- 8 (18.6%): 5
- 8 (18.6%): 6



12. 10.2 Begründen Sie bitte Ihre Angabe (Chance: 1 = gering; 6 = hoch) aus Frage 10.1. \*

Anzahl Teilnehmer: 40

- wenn das Produkt eine Ergänzung zum Portfolio darstellt und die Provisionen fair sind und er nicht meine Kundenadresse möchte, hat er eine Chance
- z.B. Veganes Reisen
- nur wenn die Reisebüromitarbeiter mit dem Produkt sehr gut vertraut sind bzw. geschult werden macht es Sinn - dann ist ein beratungsintensives Produkt eines Spezialisten sicherlich gut im Reisebüro aufgehoben !
- es kommt darauf an, wie "hochwertig" definiert ist. wenn man vom klaren luxus-Sektor spricht, kann es eher nicht so einfach sein, das Produkt zu vertreiben, da ich hier zb die breite Mittelschicht als Zielgruppe habe.....und die eine luxus-Buchung, sprich sehr hochwertiges Hotel, kann ich bequem bei den gängigen veranstaltern buchen, zb thomas cook selection, airtours und co
- auf beratungsintensive Veranstalter ist unser Reisebürokonzept nicht ausgerichtet
- Kommt auf die Provision an
- /
- Hochwertige und außergewöhnliche Produkte werden vom Kunden gerne im Rb gebucht. Gerade die nicht standard Pauschalreisen benötigen das Reisebüro und bieten eine Chance den Kunden zu binden.
- Arbeitsintensiv
- Die Nachfrage seitens der Kunden ist noch etwas mau
- Generell ist ein hochwertiger Anbieter bei uns im Portfolio gut angesiedelt. Es liegt lediglich an der Nennung von "Beratungsintensiv", dass die Bewertung nicht höher ausgefallen ist.  
Wir scheuen keine Beratung und auch ausgedehnte Beratungsgespräche halten mich nicht ab, allerdings sind manche Produkte wie Single-Reisen oder medizinisch begleitete Reisen dann doch mit einem Fachwissen verbunden, dass vorab mehr geschult werden sollte.
- Ich persönlich halte nicht viel von den ganzen neuen Veranstaltern und immer mehr Angeboten. Auch sehr verwirrend für die Kunden.
- wir haben bereits eine sehr große Palette, auch kleine Veranstalter
- die Kunden werden immer anspruchsvoller und geben dementsprechend auch mehr Geld aus
- durch das beratungsintensive Produkt kann ich mir eine Kundenbindung gut vorstellen
- Die Provision der meisten dieser Anbieter sind zu niedrig.
- Da ich von mit meinem Büro weg möchte vom Mainstream=Pauschalreisen, die jeder ohne Problem im Netz buchen kann, konzentriere ich mich mit meinem Konzept auf die Beratung. Aufwendiger Bausteinreisen, Spezialreisen, wie z.B. Segelreisen, Yoga, spezielle Familienreisen, Studienreisen, Honeymooner
- Hochwertige Produkte werden für die Kunden immer Interessanter, es wird immer mehr Geld ausgegeben und mehr Wert auf Luxus gelegt.
- ja, da hier ein wertiges-nachhaltiges Produkt angeboten wird...
- Wir bieten bereits ein gut sortiertes Vollsortiment an.
- warum sollte er die nicht haben-voraussetzung partnerschaftliche zusammenarbeit und keinen kundenkontakt,um abzuwerben ansonsten wären viele kunden froh,wenn sie einen direkten ansprechpartner vor ort hätten.
- Hängt von der Qualität, Angebotsvielfalt und Nachfrage der Kunden ab
- Wenn das Produkt stimmt, dann nehmen wir gerne solche Veranstalter ins Programm.
- hochwertiges Clientel
- Da der Vertrieb im Internet sehr schwierig sein wird und dadurch der Veranstalter auch langfristig gezwungen sein wird sein Produkt über das Reisebüro zu vertreiben
- Sofern das Produkt qualitativ ok ist, Preise auf allen Verkaufskanälen gleich, CRS Buchbarkeit gegeben, Provision auskömmlich und alle gesetzlichen Bestimmungen eingehalten sind.
- -
- Wir wissen nicht genau welche Produkte bei uns im Angebot fehlen. Einige Reisen werden zu selten nachgefragt, alsdass man Katalogmaterial zur Verfügung hätte
- Bei einer entsprechenden Honorierung unserer Arbeit, d.h. einer ausreichenden Basisprovision. Und es muss ein leicht handbares Arbeitsmaterial zur Verfügung gestellt werden. Ansprechpartner des VA müssen gut geschult sein.
- Immer dann, wenn ein Reiseveranstalter sich kompetent, zuverlässig und flexibel zeigt und auf individuelle Wünsche eingeht, hat er eine Chance!
- Sortimente bis auf Ausnahmen gut abgedeckt
- Ein gutes Produkt hat immer eine Chance, es geht aber schon für alle Bereiche recht gute Produkte.
- Mindestumsatz bei den Veranstaltern



- - hochwertige Reisen bieten schon viele an
- beratungsintensiv ist ein dehnbarer Begriff..., wenn keine Möglichkeit zur Vakanzabfrage über den PC besteht eher schwierig
- Ich glaube das die Kunden in Zukunft die Massenveranstalter mit den einfachen Reisen wie nach Mallorca etc. eher im Internet selber buchen.
- Probleme gibt es da im Internet eher schon bei den Spezialreisen. Ihr wird zwar der Kunde über das Internet suchen wenn er dann dort aber sowie bei uns Bhutan findet ruft er lieber im Büro an und lässt sich beraten.
- ich kann mich als Reisebüro hiermit einen Namen machen, weil die großen Reisebüroketten es nicht mehr dürfen
- bei spezialisierten Produkten, nicht das was jeder Reiseveranstalter anbietet
- gutes Produkt hat immer gute Chancen in den stationären Reisebürovertrieb aufgenommen zu werden
- hochwertige Produkte werden immer interessanter --> Trend zur Individualisierung
- wenn er die Kundenadresse dem Reisebüro dauerhaft zuordnet, dann ja (also Richtung 6), wenn er nach der ersten Reisebüro - Buchung selbst bedient und das Reisebüro aushebelt, dann eher 1

13. 11. Gibt es Destinationen mit denen ein bereits bestehender B2C-Veranstalter eine Chance hat auch in Ihrem Reisebürovertrieb einzusteigen?

Anzahl Teilnehmer: 32

- Fernstrecke, Individuelles Griechenland
- Ja Natürlich, Ziele die keinen Massentourismus kennen, oder Sonderreisen wie Yoga usw.
- Australien, Südamerika
- / es gibt immer wieder lücken bei den veranstaltern...die Programme werden ja jedes jahr wieder neu ausgelotet
- je mehr Destinationen desto besset
- Nein
- Asien, USA, Karibik
- USA/Bali/Nepal
- fällt mir gerade keiner ein
- Afrika
- JT ist im Bereich VAE sehr stark und hat sich gut im Markt etabliert
- Nein
- Tibet
- Nepal
- Botswana
- Zur Zeit nicht
- alle Destinationen
- Ungenau
- Indien, Sri Lanka, Thailand
- ?
- kommt auf das produkt, weniger auf die destination an
- %
- Kuba, Mittel- und Südamerika, Fernreise allgemein.
- siehe 10.2, explizit kann ich hier keine Destinationen nennen.
- JT z. B. verkaufen wir oft.
- kaum
- Bausteinreisen Asien, Südamerika evtl. auch Australien
- nein
- Wir haben bereits Troll Tours, Lernidee, Lotus-Travel, berg Horizonte wir bieten schon viele kleine an.
- bestimmt
- Kuba, Indonesien
- Afrika, Kuba
- gerade nicht
- ganz spezielle Länder, die keine Massenziele sind und die kaum touristisch erschlossen sind. Gibt's noch viele - Die größte Herausforderung wird das Kommunikationskonzept und der Streuverlust bei der Reisebüro - Ansprache

14. 12. Wie kann ein bereits existierender B2C- Veranstalter mit hochwertigen und beratungsintensiven Produkten Ihr Interesse wecken? \*

Anzahl Teilnehmer: 40

- Provisionen, gutes Produkt, flexibel, fair
- Durch ein faires Vertriebsverhalten wie z.B. Chamäleon Reisen
- auskömmliche Provision !!!!
- umfangreiche Schulung und vor allem faire provision
- gar nicht
- Provision
- Provision
- Ausführliche Kataloge, gute Präsentation
- Faires Provisionsmodell
- faire Vergütung, gutes Produkt, einfache Handhabung beim Verkauf
- Durch sein Schulungsangebot (siehe 10.2)  
Durch einen Schutz der Kundendaten, d.h. sollten Kunden direkt an den VA herantreten, dann sollte proaktiv auf die Reisebüropartner hingewiesen werden.
- !
- einfache, schnelle Buchbarkeit  
überschaubarer Internetauftritt
- außergewöhnliche Leistungen
- Produktvorstellung
- Ziele anbieten, die die großen Anbieter nicht im Programm haben.
- persönlicher Ansprache, Vorstellen seines Produktes
- Preis-Leistungs-Verhältnis, RRV inkludiert, Sonderservices
- maßgeschneiderte Angebote für einzelne Kunden, aber auch z.b. für ein bestimmtes Gruppenklientel
- ?
- faire provisionen und wie mehrfach erwähnt zuverlässigkeit in einer vertrauensvollen partnerschaftlichen zusammenarbeit
- Informationsveranstaltung in unserer Stadt, Inforeisen, Gewinnspiele
- Kennenlernen des Produktes und des Veranstalters. Z.B. auf Infoabenden oder Info-reisen.
- Mailings, Kundenabende
- Rentablen Provisionen
- siehe erneut 10.2, wir drehen uns gerade im Kreis.
- -
- gute Präsentation, wie z. B. Chamäleon
- Zusendung eines Musterkataloges, um das Produkt selbst besser kennen zu lernen. Wichtige Informationen dazu beiliegend.  
Hilfreich ist hier z.B. der Weg über unsere Kooperation BEST RMG, da dort alles zentral gesteuert werden kann.
- Mit einem Katalog, der begeistert oder auch mit persönlicher Ansprache.
- Gute Alternative zu bestehenden Anbietern
- Über die Fachpresse, direkte Ansprache per Post, Rahmenvertrag mit der Koop., Teilnahme an "Messen", Tagungen usw.  
Kataloge, Werbemittel ohne Direktbuchungshinweise  
IBE/Conten für die RB Homepage
- Provision
- -
- Persönlichen Termin vereinbaren
- ehrlich, offen, kein oder nur kaum Direktvertrieb, starke Unterstützung im Marketingbereich
- Provision
- Fam-Trip  
Produktvorstellung in jeglicher Art
- Schulungen
- Fairness, gute Konditionen, kompetenter Service, keine Warteschleifen am Telefon, Dienstleistungsbereitschaft

15. 13. Welche Schulungsmethoden halten Sie für die beste Methode, um hochwertige und beratungsintensive Produkte bei Ihnen im Reisebüro vorzustellen? \*

Anzahl Teilnehmer: 43

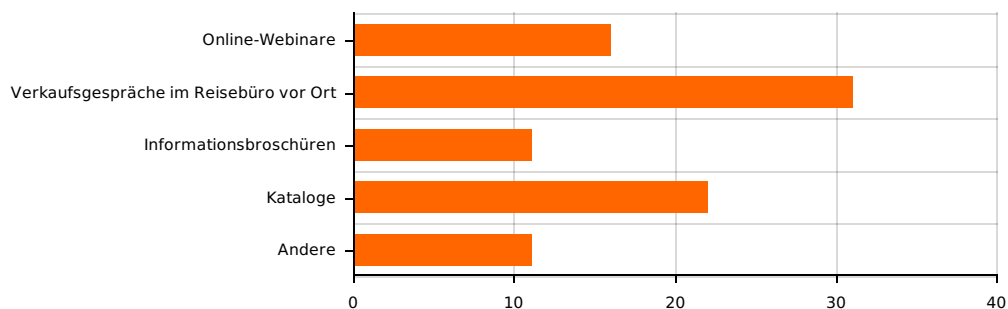
16 (37.2%): Online-Webinare

31 (72.1%): Verkaufsgespräche  
im Reisebüro vor Ort

11 (25.6%):  
Informationsbroschüren

22 (51.2%): Kataloge

11 (25.6%): Andere



Antwort(en) aus dem  
Zusatzfeld:

- Kundenabende / Events
- Nicht besonders interessiert
- Inforeisen
- Inforeisen
- Verkaufsschulungen vor Ort
- infoabende
- Produktschulungen außerhalb  
der Öffnungszeiten.
- Seminarreisen
- Schulungen nicht im  
Reisebüro, Inforeisen
- Fam Trips
- Inforeisen

16. Bitte geben Sie Ihre Daten an: \*

Anzahl Teilnehmer: 43

Postleitzahl oder Ort

1. Spalte

- 50678
- 47475
- 58095
- 84503
- 85356
- 79395
- 86898
- 44795
- Waltrop
- 82256
- 65191
- 30659
- 86150
- 65183
- 74653
- 74821
- Hessen
- 88690
- 35037
- 91224
- 66802
- 47608
- 30159
- 66111
- 74343
- 67098
- 74821
- 60311
- 81925
- 66538
- Frankfurt
- 65812
- 67269
- Hannover
- 97877
- 77736
- 85368
- 30974
- 84130
- 59929
- 44869
- 24103
- 96215

Geschlecht

- weiblich
- m.
- männlich
- m
- männlich
- weiblich
- weiblich
- w
- Männlich
- männlich
- männlich
- w
- w
- w
- weiblich
- weiblich
- m
- weiblich
- w
- weiblich
- m
- Weiblich

- w
- Weiblich
- weiblich
- weiblich
- Männlich
- männlich
- weiblich
- W
- weiblich
- weiblich
- männlich
- M
- w
- weiblich
- männlich
- männlich
- weiblich
- weiblich
- männlich
- weiblich
- M

Wie viel Jahre Berufserfahrung haben Sie in der Branche?

- 30
- 25
- 19
- 5
- 30
- 20
- 17
- 20
- 18
- 17
- 18
- 8
- 10
- 17
- 3
- 26
- 30
- 34
- 4
- 20
- 40
- 5
- 35
- 18
- 32
- über 30
- 20
- 31
- 23
- 35
- 25
- 30
- 22
- 32
- 36
- 10
- 32 Jahr
- 35
- 18
- 25
- 41
- 24
- 35